

Válasz

Rátky József, az MTA doktora

Balogh Péter MTA doktori pályázatára készített opponensi véleményére

Köszönöm opponensemnek, Dr. Rátky József professzor úrnak részletes bírálatát.

Opponensemnek az MTA doktori értekezésem formai bírálatával kapcsolatos észrevételeire adott válaszaim a következők:

A bíráló szerint *a dolgozat egyes fejezetei jól illeszkednek egymáshoz és jól egészítik ki egymást, a dolgozatnak átlátható, érthető tematikai ívet adnak. A tematikus egységet a sertéshús-előállítás és -fogyasztás gazdasági elemzése köré épített vizsgálatok nyújtották.*

A tábla- és ábrajegyzékkel kapcsolatos formai kritikái megjegyzéssel egyetértek, ugyanis az ábra- és táblázatjegyzék valóban segíthette volna az olvasót.

Opponensemnek az MTA doktori értekezésem tartalmi bírálatával kapcsolatos megjegyzéseire vonatkozó válaszaim a következők:

Opponensem véleménye szerint *a felsorolt tudományos eredményeim mellett – a dolgozat kiemelkedő értéke az újszerű metodikai alkalmazások agrárgazdasági bevezetése és fejlesztése. Munkámat hiánypótlónak minősíti és komplexitása miatt szakmai körökben iránymutatónak tartja* (mivel a Food Policy folyóiratban 2016-ban megjelent elsőszerzős cikkemre már 15 Scopusban regisztrált hivatkozást kaptam).

Az opponensi vélemény kiemeli, hogy *a felmérések adatainak értékelésére sokrétű és korszerű statisztikai/ökonometria elemzéseket használt a Jelölt, ám ezek bemutatása néha szükségtelenül részletes, helyenként zavaró (lásd. Nem stacionárius idősorok Bayesi elemzése, DCM módszerek bemutatása). Rövid utalások is szemléletesen igazolnák a következtetések helyességét.* Értekezésem véglegesítése során statisztikusként az volt a célom, hogy az általam alkalmazott kutatási módszerek rövid matematikai bemutatásával az olvasó számára megkönnyítsem az eredmények követhetőségét és közérthetőségét. Ugyanakkor egyetértek azzal, hogy elégséges lett volna rövid módszertani utalásokkal alátámasztani a következtetéseimet.

Opponensem a Bírálatában hat kérdést fogalmazott meg:

1. Miért tartja fontosnak és hogyan képzei el a magyarországi sertésekből készült termékekhez kapcsolódó hatékony kommunikációt a fogyasztók felé?

Magyarországon hagyományosan hiányos az élelmiszerekkel kapcsolatos kommunikáció. A mai magyar átlagember, főleg a fiatal generáció elszakadt a mezőgazdaságtól, a vidéki élettől, ezért aligha

igazodik el az élelmiszerek világában. Ezen túl Magyarországon főleg a külföldi kereskedelmi élelmiszerláncok terjeszkedésével korlátozott a magyar márkatermékek (brandek) marketingje. Ennek oka, hogy a külföldi láncok üzleti okok miatt nem akarnak függeni a magyar beszállítóiktól. Ezek az üzletláncok előtérbe helyezik az uniós és önkéntes szabványok teljesítését, mert ez elősegíti az üzletláncok ármeghatározó szerepét. A saját márkás termékeket az üzletláncok bármelyik országból beszerezhetik, ezzel is a versenyt erősítik a hazai termékekkel szemben. Kérdés, hogy a magyar fogyasztók mennyire ragaszkodnak a magyar termékekhez. (Természetesen a magyar terméknek ár-érték arányban is versenyképesnek kell lennie az importtal szemben!)

A sertéshúst a magyar lakosság hagyományosan kedveli. A fizetőképes kereslet azonban az alacsony minőségű termékek javára billenti a fogyasztást. (Ehhez a feldolgozóknak is alkalmazkodni kell olcsó alapanyagok, húsrészek importjával és azok feldolgozásával. Végül is a magyar termelőknek az elsődleges érdeke a magyar sertéshús reklámozni.). Kitörési pontot jelenthet még az étkezési kultúra megváltozása. A sertéshússal kapcsolatban kialakult negatív vélekedés (egészségtelen) főleg a nőket (háziasszonyokat) és a fiatalabb generációt riasztja el a sertéshús fogyasztásától.

További lehetőségek a fogyasztás serkentésére:

- a tudatos fogyasztók nevelését már az általános iskolákban indokolt elkezdni. Az iskolai tananyag részeként célszerű oktatni (a többi élelmiszertermék mellett) a sertéshús fogyasztási ismereteit, kiemelve a magyarországi sertéshús előnyeit (pl. a nyugat-európai tagországokkal szemben a nálunk alkalmazott gabonaalapú takarmányozás előnye, hogy a sertéshús jobb ízű és beltartalmú).
 - Az egyetemek és kutató intézetek bevonásával objektív érvrendszer kidolgozása és a fogyasztók folyamatos tájékoztatása a médián keresztül.
 - Több év kitartó munkájával elérhető, hogy a magyar sertéshús visszaszerezze korábbi rangját a magyar fogyasztók körében, aminek folytatása lehet a „Magyar Sertéshús” márka elfogadtatása. Nagyon jó irány a Kiváló Magyar Sertéshús védjegy (KMS) bevezetése, de jelenleg még nem kiterjedt a használata.
- Erre egyfajta megoldás kínál a termékkóstoltatás a mezőgazdasági és élelmiszeripari kiállításokon, ahol magas a látogatók száma. A közvetlen fogyasztói élmény hatására változhatna meg a legkönnyebben a sertésből készült termékekkel szemben tanúsított fogyasztói ellenállás.

2. A vonatkozó szakirodalom alapján milyen gazdasági jelentőséget tulajdonít annak az Ön által megállapított információnak, hogy a legalább 5 fialást megélt kocáknál az optimálisnál nagyobb testtömegű egyedek szignifikánsan kisebb túlélési valószínűséggel és alacsonyabb fialási átlagértékekkel rendelkeztek, mint az optimális testtömegű kocák?

Ezt a kérdést két szempontból lehet megközelíteni. Az első szempont alapján folyamatosan indokolt vizsgálni azt, hogy az adott koca hányadik fialása után képes jövedelmet termelni (mivel legalább eddig az életkorig célszerű az adott tenyészállatot termelésben tartanunk). A szakirodalmi ajánlások szerint ez az időszak teleptől függően a 4.– 6. fialás között van. Ez azt jelenti, hogy ha a kocát ennél rövidebb idő alatt selejtezzük le, úgy veszteséges lesz a kocatartás. A másik szempont szerint a tenyészállatok

felnevelése során arra kell törekedni, hogy az egyedek optimális testtömeggel kerüljenek be a termelésbe, mivel csak így várható el a maximális szaporasági eredmény. Ehhez olyan takarmányozási technológiára van szükség, amivel elkerülhetjük a tenyésztésre szánt süldők kóros elhízását.

3. A lineáris programozási hálózati modell alkalmazása során hogyan vette figyelembe a sertéstelepek és a vizsgálatba bevont vágóhidak közötti (néha nagyon) eltérő távolságokat?

Szállítás optimalizálási modellekben az egyik legfontosabb szempont a távolságok figyelembe vétele. Az általam vizsgált esetekben a telepekről a vágóhidak saját szállító járművel vitték el a vágósertéseket. Ezért a modellelemzésben nem szerepel ez a tényező.

4. A sertéstelepeken történő beruházások esetében hogyan ítéli meg a beruházási támogatások szerepét? (Napjaink egyik kulcskérdése a szektorban!)

Az elmúlt 15-20 évben jelentős támogatásokat élvezett a sertéstenyésztés. A támogatások nem szolgálták a hosszú távú sertéstartás stratégia érdekeit, hanem csak átmeneti részterületet céloztak meg (például takarmányozási technológia korszerűsítése, tenyésztésszervezés, termelők összefogása), ezért a magyar sertéstenyésztés továbbra is nagyon megosztott. A korszerűtlen (a többség) telepek mellett világszínvonalú telepek is léteznek hazánkban. Az átfogó fejlesztési stratégia hiányában a sertéstenyésztés ágazati szinten elmarad a nyugat-európai színvonaltól, így természetes mutatókban is. Csak kevés tenyésztő tudott teljes egészében korszerű telepet felépíteni, így komplex telepkorszerűsítési programmal leszünk képesek versenyezni a nyugat-európai integrációs modellel.

A 2004. évi uniós csatlakozás óta az EU-ban a termelői árak kiegyenlítődtek a tagországok között, tehát a versenyképesség alakulása a költséghatékonyságon múlik. A magyar sertésszektor ezzel a felemás korszerűsítéssel nem tud megfelelni az egységes piac kihívásainak. A sertéstenyésztésben hagyományosan is sikeres tagországok (Dánia, Hollandia, Németország) elkezdtek sertéstartásukat kiszervezni Közép-Kelet-Európába. Ebben a folyamatban Magyarország jelenleg vesztesre áll a kedvező ökológiai adottságok ellenére.

A nemzetközi példák azt mutatják, hogy a sertéstartás és -tenyésztés jövedelmező lehet akár még támogatások nélkül is. Ugyanakkor a hazai termelők és feldolgozók versenyhátrányban vannak azokkal szemben, akik ma költséghatékonysággal képesek termelni a globális versenyben.

Ma nem egyes cégek, hanem jól szervezett termékpályák és óriás cégcsoportok versenyeznek egymással ezen a területen. Ehhez itthon a mainál sokkal nagyobb szervezethez van szükség a beruházások növelése mellett. A célzott beruházási támogatásoknak tehát kitüntetett jelentősége van. E támogatásokkal azokat a sertéstartó gazdaságokat célszerű megcélozni, amelyek várhatóan tartósan és fenntartható módon is versenyképesek lesznek a nemzetközi piacon. A jövőben a beruházási támogatások lehívásának feltételeit indokolt egyszerűsíteni és racionalizálni.

5. A mangalica szalámival végzett DCM modellezési technikát lehet-e alkalmazni az iparszerű sertéstartásban előállított sertéstermékek esetében? Ha igen, milyen elemzéseknél lenne érdemes elemezni?

A DCM technika jól alkalmazható az iparszerű sertéstartásban előállított termékek esetében is, mivel külföldön több állatfaj termékeinél is alkalmazták már ezt az ökonometriai eljárást (pl. tojás, szarvasmarha, alma, sőt még rovarfogyasztás vizsgálatára is). Ez a módszertan komplexen képes vizsgálni pl. a védjegy, a tartástechnológia, a takarmányozási technológia, a termelő és az ár gazdasági hatását a fogyasztók választási preferenciáira. Ehhez különböző DCM modelleket lehet választani attól függően, hogy milyen előfeltételeket szabunk a modellekkel kapcsolatban és milyen szempontok szerint tudjuk/akarjuk csoportosítani a válaszadóinkat.

6. Ha a DCM modellezést az ország többi régiójában is elvégeznénk, Ön szerint lenne-e a fogyasztói vélemények között eltérés (összehasonlítva az Észak-Alföld régió eredményeivel)?

Eddig még nem történt hazánkban ilyen jellegű reprezentatív módszertani felmérés. Az elvégzett vizsgálatom, továbbá a szakemberekkel és a fogyasztókkal történt konzultációk alapján feltételezem, hogy hasonló eredményeket kapunk, ha a szóban forgó vizsgálatot kiterjesztenénk országos szintre. Ez azt jelenti, hogy azok a fogyasztók, akik már ismerik/kóstolták a mangalica sertésből készült termékeket, valószínűleg magasabb árat is hajlandók fizetni a termékekért. A fogyasztók azon csoportja, akik még nem ismerik ezt a termékkört akár többszáz forinttal alacsonyabb fizetési hajlandóságot mutatnának. Valószínűleg a hazai régiók összehasonlításánál az elmaradottabb régiók fogyasztói is hasonlóan reagálnának, mint azok, akik még nem ismerik e termékeket.

Végezetül megköszönöm opponensem gondos munkáját, a pozitív hozzáállását és új tudományos eredményeim elfogadását.

Tisztelettel,



Balogh Péter

Debrecen 2018. április 15.